

/ Política

## España perderá casi 3 millones de turistas por subir las tasas aeroportuarias

Exceltur afirma que la subida provocará la subida de los precios de avión y los touroperadores preferirán destinos de 'Sol y playa' más baratos



09/04/2012 21:17 / AGENCIAS / Madrid

La subida de las tasas aeroportuarias aprobada la semana pasada en los Presupuestos Generales del Estado podría provocar que hasta 2,87 millones de turistas, entre españoles y extranjeros, dejaran de viajar a destinos españoles en un año provocando unas **pérdidas económicas de 1.636 millones de euros**, según ha señalado la asociación empresarial Exceltur que engloba a empresas como El Corte Inglés, Iberia o Amadeus.

La Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur, ha expresado su "notable preocupación" por los "desfavorables efectos" que dicha subida pudiera generar sobre los resultados del sector turístico en el conjunto del año. La subida de tasas, que ronda el 19%, podría traducirse en un **incremento del precio de los billetes** porque las aerolíneas tienen agotados sus márgenes de beneficios por el encarecimiento del crudo.

Un posible efecto de esta medida es que los touroperadores se decanten por otros destinos competidores, como Turquía, Egipto, Marruecos y Grecia, al estar especializados en el turismo de 'sol y playa' y tener menores costes operativos. La asociación ha pedido a las fuerzas políticas que **"se reconduzca esta situación"** durante la tramitación parlamentaria de los presupuestos para que el sector turístico "pueda seguir ejerciendo de locomotora de la recuperación".

Exceltur ha cifrado el incremento de tasas en el 50,3 % en el caso de Madrid-Barajas y en el 53,6 % en el de Barcelona-El Prat, mientras que ha calculado que será del 12,9 % en Palma de Mallorca, Málaga, Gran Canaria, Alicante y Tenerife Sur.

Según esta organización, el sector va a sufrir la **"debilidad prevista de la demanda turística"** y también los efectos negativos de la constante subida del barril de petróleo, que limitará a las aerolíneas su capacidad de mejorar los precios.